

พฤติกรรมการสอบถามข้อมูลทางการแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Consumer Behaviors of Medical Information Via the Internet System

บุญยฤทธิ์ ศรีปาน^{1*} อนันตกุล อินทรผดุง² เริงวุฒิ ชูเมือง³ และ วุฒิ สุขเจริญ⁴
นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการพัฒนากำลังเปิดสอนหลักสูตรปริญญาเอก
สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการข้อมูลทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ 2) ศึกษารูปแบบคำถามข้อมูลศูนย์บริการทางการแพทย์ กลุ่มข้อมูลสำคัญในการวิจัยนี้ประกอบไปด้วยรูปแบบข้อมูลคำถามที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคมในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 1,020 ชุดคำถามโดยจะพิจารณาคัดเลือกจากคำถามที่เกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ อีเมล และโซเชียลมีเดียต่างๆ ที่มีการติดต่อโดยตรงมายังโรงพยาบาลซึ่ง มีประเด็นคำถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่โดยใช้ Chi-square test

ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนมากเพศหญิงมีจำนวนคำถามมากกว่าเพศชาย และ 2) เพศชายและเพศหญิงมีรูปแบบคำถามที่ต้องการข้อมูลเพื่อความเข้าใจทางการแพทย์ ไม่แตกต่างกัน เพศชายและเพศหญิงต่อศูนย์บริการทางการแพทย์ไม่แตกต่างกัน แต่ศูนย์บริการทางการแพทย์มีรูปแบบคำถามแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต, ข้อมูลทางการแพทย์, พฤติกรรมผู้บริโภค

ABSTRACT

This research aimed to 1) study consumer behaviors of medical information the Internet and 2) study patterns of questions about medical information. The researcher brought the information of medical requirements which were happened to check the completion of questionnaire. Then, the types of medical requirements were selected, arranged classified and specified codes and analyzed. The group of important information included the pattern of questions which happened during January - December 2015 for 1,020 questions. The questions which were asked via internet were considered by many channels such as website, e-mail, social media etc. which contacted directly to hospitals. The general information of pattern of medical requirements and the samples were analyzed using frequency, percentage and the chi-square test was employed for testing.

The results found that 1) general information of the person who ask for medical information were female and most of questions were used to serve the interest about medical information. 2) The users with different are did not use patterns of medical question different. Also the target group did not was different question at the medical center. However, users at different medical centers used different patterns of questions (p=.000).

Keywords: The Communication via Internet, Medical Information, Behaviors of Consumers

บทนำ

การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 (Thailand Internet User Profile 2015) จัดโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA โดยจัดการสำรวจจากทางออนไลน์ในช่วงเดือน มีนาคม – พฤษภาคม 2558 มีผู้ตอบออนไลน์ที่สมบูรณ์ 10,434 คน จากผู้ตอบออนไลน์ 17,010 คน จากผลสำรวจพบว่า Gen Y เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ มีแนวโน้มซื้อของผ่านทางออนไลน์กันมากขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจ พบว่า คนไทยเคยซื้อของผ่านทางออนไลน์ 64.9% แล้ว ทั้งนี้จากที่คนไทยนิยมซื้อของออนไลน์มากขึ้น เกิดจากผู้ซื้อได้รับข้อมูลรีวิวทางอินเทอร์เน็ต และการอ่านความเห็นของผู้เคยใช้สินค้า อินเทอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตจะมีการเสนอข้อมูลข่าวปัจจุบัน และสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้ใช้ทราบเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน [1]

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการติดต่อสื่อสารกับโรงพยาบาล ผ่านช่องทางการอินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก เป็นการเข้าถึงข้อมูลทางการแพทย์ที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อการดำรงชีวิตที่สำคัญต่อการเข้ารับบริการทางการแพทย์ ซึ่งจะสามารถช่วยในการวางแผนการรักษา รวมไปถึงการปฏิบัติตนของผู้ป่วยให้เหมาะสมในขั้นตอนการรับบริการที่รวดเร็ว แม่นยำ จากสถานบริการต่างๆ

จากหลักการและเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการสอบถามข้อมูลทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค และสามารถนำไปสู่การตอบสนองด้านการสื่อสารข้อมูลทางการแพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการทางการแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยจัดแบ่งไปตามเพศ รูปแบบคำถาม และศูนย์บริการทางการแพทย์

2. สมมุติฐานในการวิจัย

2.1 รูปแบบคำถามข้อมูลทางการแพทย์แบ่งตาม เพศ มีความต้องการที่แตกต่างกัน

2.2 รูปแบบคำถามข้อมูลทางการแพทย์แบ่งตาม ศูนย์บริการทางการแพทย์ มีความต้องการที่แตกต่างกัน

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Philip Kotler and Gary Armstrong [2] พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด

Lewis, E. St. Elmo (1898). As cited in Priyanka Rawal [3] ได้มีการนำเสนอ AIDA Model ซึ่งเป็นแนวความคิดที่เป็นลักษณะขั้นตอนที่เป็นขั้นบันไดที่ใช้อธิบายขั้นตอนที่พนักงานขายจะใช้ในการจูงใจลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อจนกระทั่งสามารถปิดการขายได้สำเร็จ ขั้นตอนต่างๆ ของ AIDA Model เป็นดังนี้

1. ความสนใจ (Attention) ผู้ส่งข่าวสารต้องทำให้ผู้รับข่าวสารเกิดความตั้งใจที่จะฟังข่าวสารก่อน
2. ความเข้าใจ (Interest) หลังจากเกิดความสนใจฟังในขั้นที่หนึ่ง ผู้ส่งข่าวสารควรสร้างให้เกิด ความเข้าใจติดตามผลิตภัณฑ์ หรือข่าวสารต่อไป
3. ความต้องการ (Desire) ผู้ส่งข่าวสารต้องจงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์
4. การตัดสินใจซื้อ (Action) ผู้ส่งข่าวสารโดยทั่วไปเป็นพนักงานขาย ต้องเร่งรัดให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ สำนักงานสถิติแห่งชาติ [1] ได้นำเสนอผลสำรวจสถิติ การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2556. พบว่า สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2552-2556 ของเพศหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าเพศชาย โดยในเพศหญิงเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.4 เป็นร้อยละ 29.1 และในเพศชาย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.8 เป็นร้อยละ 28.8

สมพล เพิ่มพงศ์โกศล [4] ได้นำเสนอเกี่ยวกับ การติดเชื้อของระบบทางเดินปัสสาวะ (Urinary tract infection) พบว่า การติดเชื้อระบบทางเดินปัสสาวะแบบไม่ซับซ้อน (uncomplicated UTI) คือการติดเชื้อในผู้ป่วยที่มี สุขภาพแข็งแรงโดยมีโครงสร้างหรือหน้าที่ของระบบทางเดินปัสสาวะปกติ ส่วนใหญ่ของผู้ป่วยเหล่านี้จะ เป็น ผู้หญิง และแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของการอักเสบติดเชื้อของระบบทางเดินปัสสาวะ (Urinary pathogens) E.Coli เป็นเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุบ่อยมากที่สุดในระบบทางเดินปัสสาวะ นอกจากนี้การติดเชื้อแบคทีเรียมีอิทธิพล จากอายุของผู้ป่วย เช่น S. Saprophytic พบได้ร้อยละ 10 ของอาการติดเชื้อของระบบปัสสาวะส่วนล่างในผู้ป่วย อายุน้อยและผู้หญิงวัยเจริญพันธุ์ (sexually active female)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.1 ศึกษาข้อมูลความต้องการทางการแพทย์ของผู้บริโภค
- 1.2 ศึกษารูปแบบคำถามข้อมูลศูนย์บริการทางการแพทย์

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ ที่เกิดขึ้นทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบคำถามและคัดเลือกเฉพาะรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ ที่มีความสมบูรณ์จัดหมวดหมู่ลงรหัส และวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

3. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มข้อมูลสำคัญในการวิจัยนี้ประกอบไปด้วยรูปแบบข้อมูลคำถาม ที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่าง มกราคม ถึง ธันวาคม ปี 2557 จำนวน 1,020 ชุดคำถามโดยจะพิจารณาคัดเลือกจากคำถามที่เกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยเกิดจากการสอบถามผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ อีเมล โซเชียลมีเดีย และอื่นๆ ที่ติดต่อโดยตรงมายังโรงพยาบาล

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ ผู้เป็นกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการหาค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 4.2 การเปรียบเทียบรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ จำแนกตามเพศ ของผู้ตั้งคำถามด้านชนิดของความต้องการทางการแพทย์ และด้านรูปแบบของศูนย์บริการทางการแพทย์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลการ

เปรียบเทียบรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ จำแนกตามเพศ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ (Chi-square)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลความต้องการทางการแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยจัดแบ่งไปตามเพศ รูปแบบคำถาม และศูนย์บริการทางการแพทย์ โดยมีผลของการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การศึกษาความต้องการข้อมูลทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละข้อมูลความต้องการทางการแพทย์

ลำดับ	ข้อมูลทั่วไป	N = 1,020	
		ประชากร	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	307	30
	หญิง	713	70
	รวม	1,020	100
รูปแบบของคำถามทางการแพทย์		N = 1,020	
		ประชากร	ร้อยละ
	เพื่อสนใจ (Attention)	195	19.1
	เพื่อเข้าใจ (Interest)	493	48.3
	เพื่อต้องการ (Desire)	75	7.4
	เพื่อตัดสินใจ (Action)	257	25.2
	รวม	1,020	100

จากตารางที่ 1 พบว่าข้อมูลความต้องการทางการแพทย์ ส่วนใหญ่ผู้สอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 713 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และการสอบถามส่วนใหญ่สอบถามเพื่อความเข้าใจทางการแพทย์ จำนวน 493 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 48.3

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลความต้องการทางการแพทย์แบ่งตามศูนย์บริการทางการแพทย์

ด้าน	ศูนย์บริการทางการแพทย์	N = 1,020	
		ประชากร	ร้อยละ
1.	ศูนย์หัวใจ	17	1.7
2.	ศูนย์สุขภาพหญิง	179	17.5
3.	ศูนย์ หู คอ จมูก	59	5.8
4.	ศูนย์ระบบทางเดินอาหารและตับ	93	9.1
5.	ศูนย์อายุรกรรม	83	8.1
6.	ศูนย์สมองและระบบประสาท	51	5.0
7.	ศูนย์ผู้มีบุตรยาก	10	1.0
8.	ศูนย์ทันตกรรม	68	6.7

9.	ศูนย์กระดูกและข้อ	72	7.1
10	ศูนย์ผิวหนัง	72	7.1
11.	ศูนย์สุขภาพเด็ก	25	2.5
12.	ศูนย์ตรวจสุขภาพ	91	8.9
13.	ศูนย์เบาหวาน	12	1.2
14.	อื่นๆ	188	18.4
	รวม	1,020	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลความต้องการทางการแพทย์แบ่งศูนย์บริการทางการแพทย์ โดยส่วนใหญ่ สอบถามมายังศูนย์สุขภาพหญิง จำนวน 179 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 17.5 ลำดับรองลงมาสอบถามมายัง ศูนย์ระบบทางเดินอาหารและตับ จำนวน 93 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 9.1 และศูนย์ผู้ที่มีบุตรยากมีการสอบถามน้อยที่สุด จำนวน 10 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 1.0

2. การศึกษาความต้องการข้อมูลทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบ่งตามเพศ

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบรูปแบบความต้องการทางการแพทย์จำแนกตามเพศ และรูปแบบของคำถามทางการแพทย์

ด้าน	รูปแบบของคำถามทางการแพทย์	ประชากร (ชาย)	ร้อยละ	ประชากร (หญิง)	ร้อยละ
1.	เพื่อสนใจ (Attention)	45	14.7	150	21.0
2.	เพื่อเข้าใจ (Interest)	160	52.1	333	46.7
3.	เพื่อต้องการ (Desire)	21	6.8	54	7.6
4.	เพื่อตัดสินใจ (Action)	81	26.4	176	24.7
	รวม	307	100	713	100

จากตารางที่ 3 พบว่า รูปแบบของคำถามทางการแพทย์ เพศหญิงสอบถามเพื่อเข้าใจมากที่สุด มีจำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และเพศชาย มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 และในส่วนของชนิดเพื่อความต้องการ จะมีรูปแบบความต้องการน้อย เพศหญิง มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และเพศชาย มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยเทคนิค Chi-Square ของข้อมูลคำถามทางการแพทย์ ผ่าน ทางอินเทอร์เน็ต ระหว่าง รูปแบบของคำถาม และ เพศ

Chi-Square Tests	Value	df	<i>p</i>
Pearson Chi-Square	6.273 ^a	3	.099
Likelihood Ratio	6.493	3	.090
Linear-by-Linear Association	1.562	1	.211
N of Valid Cases	1020		

จากตารางที่ 4 พบว่า รูปแบบความคำถามทางการแพทย์สถานภาพด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีการใช้รูปแบบของคำถามไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบรูปแบบความต้องการทางการแพทย์ จำแนกตามเพศ และรูปแบบของศูนย์บริการ ทางการแพทย์

ด้าน	ศูนย์บริการทางการแพทย์	ชาย (n = 307)		หญิง (n =713)	
		ประชากร	ร้อยละ	ประชากร	ร้อยละ
1.	ศูนย์หัวใจ	3	1.0	14	2.0
2.	ศูนย์สุขภาพหญิง	41	13.4	138	19.4
3.	ศูนย์ หู คอ จมูก	22	7.2	37	5.2
4.	ศูนย์ระบบทางเดินอาหารและตับ	28	9.1	65	9.1
5.	ศูนย์อายุรกรรม	23	7.5	60	8.4
6.	ศูนย์สมองและระบบประสาท	13	4.2	38	5.3
7.	ศูนย์ผู้มีบุตรยาก	5	1.6	5	0.7
8.	ศูนย์ทันตกรรม	21	6.8	47	6.6
9.	ศูนย์กระดูกและข้อ	31	10.1	41	5.8
10.	ศูนย์ผิวหนัง	24	7.8	48	6.7
11.	ศูนย์สุขภาพเด็ก	8	2.6	17	2.4
12.	ศูนย์ตรวจสุขภาพ	27	8.8	64	9.0
13.	ศูนย์เบาหวาน	4	1.3	8	1.1
14.	อื่นๆ	57	18.6	131	18.4
	รวม	307	100	713	100

จากตารางที่ 5 พบว่า รูปแบบของศูนย์บริการทางการแพทย์ ส่วนใหญ่สอบถามเกี่ยวกับศูนย์สุขภาพหญิง โดยในเพศหญิง มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และเพศชาย มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 การสอบถามเกี่ยวกับอื่นๆ เพศหญิง มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และเพศชาย มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6

ตารางที่ 6 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยเทคนิค Chi-Square ของข้อมูลคำถามทางการแพทย์ ผ่าน ทางอินเทอร์เน็ต ระหว่าง ศูนย์บริการทางการแพทย์ และ เพศ

Chi-Square Tests	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.965 ^a	13	.251
Likelihood Ratio	15.773	13	.262
Linear-by-Linear Association	.186	1	.667
N of Valid Cases	1020		

จากตารางที่ 6 พบว่า รูปแบบความคำถามทางการแพทย์สถานภาพด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีการใช้คำถามทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

3. การศึกษาความต้องการข้อมูลทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบ่งตามรูปแบบความต้องการทางการแพทย์

ตารางที่ 7 แสดงผลการเปรียบเทียบรูปแบบความต้องการทางการแพทย์จำแนกตามรูปแบบของศูนย์บริการทางการแพทย์ และรูปแบบของคำถามทางการแพทย์

ด้าน	ศูนย์บริการทางการแพทย์	เพื่อสนใจ		เพื่อเข้าใจ		เพื่อต้องการ		เพื่อตัดสินใจ	
		n = 195		n = 493		n = 75		n = 257	
		ประชากร	ร้อยละ	ประชากร	ร้อยละ	ประชากร	ร้อยละ	ประชากร	ร้อยละ
1.	ศูนย์หัวใจ	2	1.0	12	2.4	2	2.7	1	0.4
2.	ศูนย์สุขภาพหญิง	28	14.4	99	20.1	41	54.7	11	4.3
3.	ศูนย์ หู คอ จมูก	4	2.1	49	9.9	2	2.7	4	1.6
4.	ศูนย์ระบบทางเดินอาหารและตับ	20	10.3	61	12.4	7	9.3	5	1.9
5.	ศูนย์อายุรกรรม	15	7.7	35	7.1	12	16.0	21	8.2
6.	ศูนย์สมองและระบบประสาท	4	2.1	45	9.1	0	0.0	2	0.8
7.	ศูนย์ผู้มีบุตรยาก	3	1.5	5	1.0	1	1.3	1	0.4
8.	ศูนย์ทันตกรรม	12	6.2	52	10.5	2	2.7	2	0.8
9.	ศูนย์กระดูกและข้อ	12	6.2	50	10.1	1	1.3	9	3.5
10.	ศูนย์ผิวหนัง	7	3.6	60	12.2	1	1.3	4	1.6
11.	ศูนย์สุขภาพเด็ก	2	1.0	11	2.2	3	4.0	9	3.5
12.	ศูนย์ตรวจสุขภาพ	66	33.8	7	1.4	3	4.0	15	5.8
13.	ศูนย์เบาหวาน	1	0.5	6	1.2	0	0.0	5	1.9
14.	อื่นๆ	19	9.7	1	0.2	0	0.0	168	65.4
	รวม	195	100	493	100	75	100	257	100

จากตารางที่ 7 พบว่า รูปแบบของศูนย์บริการทางการแพทย์ ส่วนใหญ่สอบถามเกี่ยวกับศูนย์สุขภาพหญิง รูปแบบคำถามเป็นการสอบถามเพื่อเข้าใจทางการแพทย์ จำนวน 99 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 20.1 และในลำดับรองลงมา สอบถามเกี่ยวกับศูนย์ตรวจสุขภาพ รูปแบบคำถามเป็นการสอบถามเพื่อสนใจในการตรวจสุขภาพ จำนวน 66 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 8 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยเทคนิค Chi-Square ของข้อมูลคำถามทางการแพทย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ระหว่าง รูปแบบของคำถาม และ ศูนย์บริการทางการแพทย์

Chi-Square Tests	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	856.533 ^a	39	.000
Likelihood Ratio	811.728	39	.000
Linear-by-Linear Association	319.143	1	.000
N of Valid Cases	1020		

จากตารางที่ 8 พบว่า รูปแบบความคำถามทางการแพทย์ และสถานภาพศูนย์บริการทางการแพทย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ศูนย์บริการทางการแพทย์ต่างกันมีรูปแบบคำถามการแตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษากิจกรรมการบริโภคข้อมูลทางการแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่า พฤติกรรมการสอบถามข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 โดยส่วนพฤติกรรมการสอบถามข้อมูลแบ่งตามรูปแบบของคำถาม พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีรูปแบบคำถามที่ต้องการข้อมูลเพื่อความเข้าใจทางการแพทย์ ที่ไม่แตกต่างกัน ($p=0.099$) เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การดูแลรักษาสุขภาพมีผลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ จึงทำให้รูปแบบคำถามมีการมุ่งเน้นไปที่ความเข้าใจทางการแพทย์ในระดับที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler และ Gary Armstrong [2] ที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Lewis, E. St. Elmo อ้างใน Priyanka Rawal [3] ที่ว่า ความเข้าใจ (Interest) เกิดหลังจากความสนใจฟังในขั้นที่หนึ่ง ผู้ส่งข่าวสารควรสร้างให้เกิดความเข้าใจติดตามข่าวสารต่อไป

พฤติกรรมการสอบถามข้อมูลแบ่งตามประเภทศูนย์บริการทางการแพทย์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีรูปแบบคำถามที่ไม่แตกต่างกัน ($p = 0.251$) รูปแบบคำถามมีการสอบถามเกี่ยวกับศูนย์บริการสุขภาพหญิง เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพหญิง ที่มีวัยวะสืบพันธ์ที่สลับซับซ้อนแตกต่างจากบุรุษ และร่างกายของสตรีส่วนใหญ่รับภาระในการให้กำเนิดลูก ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทางการแพทย์ของ สมพล เพิ่มพงศ์โกศล [4] ที่ว่า การติดเชื้อระบบทางเดินปัสสาวะแบบไม่ซับซ้อน (uncomplicated UTI) คือการติดเชื้อในผู้ป่วยที่มี สุขภาพแข็งแรงโดยมีโครงสร้างหรือหน้าที่ของระบบทางเดินปัสสาวะปกติ ส่วนใหญ่ของผู้ป่วยเหล่านี้จะเป็นผู้หญิง และแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของการอักเสบติดเชื้อของระบบทางเดินปัสสาวะ E.Coli เป็นเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุพบบ่อยมากที่สุดในระบบทางเดินปัสสาวะ นอกจากนี้การติดเชื้อแบคทีเรียมีอิทธิพลจากอายุของผู้ป่วย เช่น S. Saprophytic พบได้ร้อยละ 10 ของอาการติดเชื้อของระบบปัสสาวะส่วนล่างในผู้ป่วยอายุน้อยและผู้หญิงวัยเจริญพันธุ์ (sexually active female)

พฤติกรรมการสอบถามข้อมูลแบ่งตามประเภทศูนย์บริการทางการแพทย์ พบว่า รูปแบบศูนย์บริการทางการแพทย์ที่แตกต่างกันมีรูปแบบคำถามที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = 0.000$) เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ศูนย์บริการตรวจสุขภาพ เป็นการตรวจสุขภาพเบื้องต้น รูปแบบคำถามจึงเป็นรูปแบบเพื่อสนในข้อมูลด้านราคาตรวจ จึงมีผลต่อรูปแบบคำถามทางการแพทย์ที่แตกต่างจากศูนย์บริการอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาและมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการตอบสนองข้อมูลทางการแพทย์ ที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อความความเข้าใจทางการแพทย์
2. ควรมีการศึกษารูปแบบคลังข้อมูลความรู้ (KM) ทางทางการแพทย์ เพื่อทำให้เกิดคลังข้อมูลความรู้ทางการแพทย์ อินเทอร์เน็ต และสามารถเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าได้อย่างสม่ำเสมอตลอดระยะเวลาที่ใช้งาน (continuous service)
3. ควรมีการศึกษาในการเพิ่มความสามารถของระบบสารสนเทศ เพื่อช่วยในการการติดต่อสื่อสาร ในการรับส่งข้อมูลทาง เวิลด์ไวด์เว็บ (www) สามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2556. รายการสถิติแห่งชาติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา กทม.
- [2] Kotler Philip and Armstrong Gary, (2013). *Principles of Marketing 15th Global Edition*: Pearson.
- [3] Priyanka Rawal, (2013). *AIDA Marketing Communication Model: Stimulating a purchase decision in the minds of the consumers through a linear progression of steps*. IRC'S international Journal of Multidisciplinary Research Social & Managament Sciences, Volume 1(Issue:1), 37-44.
- [4] สมพล เพิ่มพงศ์โกศล. (2554). การติดเชื้อของระบบทางเดินปัสสาวะ (Urinarytract infection). เอกสารประกอบการสอนหมายเลข 1, หน่วยศึกษาศาสตร์ระบบปัสสาวะ ภาควิชาศัลยศาสตร์ รพ.รามธิบดี คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.